

Perbedaan *Social Entrepreneurial Personality* Antar Tingkat Pendidikan Terakhir pada Etnis Tionghoa di Kota Surabaya

Ricky Yuwono; Drs. Widjojo Suprpto, M.Sc

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: riq14yuwono@gmail.com

Abstrak— Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya perbedaan *social entrepreneurial personality* (*risk taking propensity, innovativeness, need of achievement, need of independence, proactiveness, empathy, dan sense of social responsibility*) antar tingkat pendidikan terakhir pada etnis Tionghoa di kota Surabaya. Hasil pengujian menunjukkan adanya perbedaan *social entrepreneurial personality* antar tingkat pendidikan terakhir pada etnis Tionghoa di kota Surabaya. Faktor tingkat pendidikan sangat mempengaruhi *emphaty* dan *sense of social responsibility*.

Kata kunci: *social entrepreneurial, sociopreneur, tingkat pendidikan terakhir, social entrepreneur personality, etnis Tionghoa.*

I. PENDAHULUAN

Etnis Tionghoa di Indonesia diidentifikasi sebagai kelompok wirausaha, khususnya di bidang perdagangan baik kecil, sedang, maupun besar (Musianto, 2003). Pada dasarnya usaha mereka sangat mendominasi perekonomian Indonesia pada hampir semua sektor bisnis (Riyanti, 2003). Seorang wirausaha etnis Tionghoa tersebut memiliki karakteristik personal, gaya manajerial serta nilai-nilai sosial dan kultural yang memberikan kontribusi kepada wirausaha Tionghoa secara umum (Lim, 2009). Salah satu kunci sukses mereka adalah memiliki kepribadian yang membentuk karakter pengembangan sikap serta perilaku bisnis tertentu (Lim, 2009).

Salah satu faktor utama etnis Tionghoa ahli dalam berwirausaha yang yaitu bekerja keras dan berani berusaha melalui sikap dan keyakinan yang didasari pada budaya luhur (Seng, 2008). Orang etnis Tionghoa mempunyai prinsip kepribadian tertentu dalam berbisnis diantaranya yaitu agresif mengenai kualitas barang, untung, dan rugi, bekerja dengan cepat, berani mengambil resiko, tahan banting, tidak menyerah pada nasib, dan mempunyai semangat berjuang (Seng, 2008).

Latar belakang wirausaha etnis Tionghoa memiliki tingkat pendidikan yang tinggi. Tenaga terdidik S1 dibandingkan dengan tenaga lain memiliki potensi lebih besar untuk berhasil menjadi seorang wirausaha karena memiliki kemampuan penalaran yang telah berkembang dan wawasan berpikir yang lebih luas (Eels, 1984 dan Mas'oed, 1994) dalam (Lupioyadi, 2007). Masalah pendidikan sangatlah penting bagi keberhasilan wirausaha. Kegagalan pertama dari seorang wirausaha adalah karena dia lebih mengandalkan pengalaman daripada pendidikan (Chruchill, 1987) dalam (Lupioyadi, 2007). Akan tetapi tidak semua tingkat pendidikan yang tinggi dapat meraih kesuksesan dalam berwirausaha, sebagai contoh Andrie Wongso dikenal sebagai motivator. Selain itu, dia sudah lama menjadi pengusaha sukses. Andrie lahir 60 tahun lalu dari

keluarga Tionghoa miskin di Malang. Pada usia 11 tahun, dia terpaksa berhenti sekolah karena sekolahnya ditutup Orde Baru. Perjalanan dirinya berjuang dalam dunia bisnis dimulai dengan menjajakan kue di pasar dan toko di Malang. Pada tahun 1985 berdiri perusahaan Harvest, Harvest merupakan perusahaan pembuat kartu ucapan buatan Andrie. Walau awalnya usaha ini berjalan sulit, namun akhirnya dia menemukan kesuksesan. Produk Harvest awalnya berupa kartu ucapan motivasi, dan berkembang ke produk-produk inovatif lainnya. (Hutari / 24 April 2015).

Meskipun etnis Tionghoa mampu berperan dalam bidang ekonomi dan bisnis, akan tetapi permasalahan sosial di Indonesia masih tinggi, Sejumlah 33,75 persen responden menilai kemiskinan patut dijadikan perhatian utama pemerintah untuk segera diselesaikan. Disusul oleh persoalan pelayanan kesehatan dengan 15,08 persen, pendidikan 10,25 persen, serta pemerataan kesejahteraan dengan 2,33 persen (Susanto / 21 November 2016). Lebih parah lagi, banyaknya penduduk miskin berpendidikan rendah yang tidak punya pekerjaan bisa menyebabkan berbagai masalah sosial, seperti tingginya angka kriminalitas, perampokan, penjahbretan, pencurian, peredaran narkoba, prostitusi, teroris, dan tindakan negatif lainnya (Triatmodjo / 20 februari 2013).

Oleh karena itu, untuk mengatasi berbagai permasalahan sosial yang tinggi maka paradigma kewirausahaan harus diubah, yang dikenal dengan kewirausahaan sosial. Kewirausahaan sosial menjadi semakin populer dengan munculnya tokoh M. Yunus, menjelaskan bahwa penghargaan Nobel Perdamaian sebagai seorang wirausaha sosial, didapatkan karena keberhasilannya menciptakan bank untuk kaum miskin atau sering disebut sebagai Grameen Bank. Sistem yang dibangun oleh bank ini, ternyata berhasil menurunkan tingkat kemiskinan warga negara Bangladesh (Wibowo & Nulhaqim, 2015, p. 2). Kewirausahaan sosial mempunyai ide dasar untuk menuntaskan masalah sosial secara berkelanjutan dengan cara bisnis (Sulaiman, April 1, 2015). Oleh karena itu kepribadian kewirausahaan sosial masih menyerupai kewirausahaan pada umumnya. Volkmann, Tokarski, & Ernst (2012) menegaskan bahwa kepribadian kewirausahaan sosial dibagi menjadi dua (2) yaitu *entrepreneurial personality & prosocial personality*. Dimana *entrepreneurial personality* mencakup *risk-taking propensity, innovativeness, need for achievement, need for independence, dan proactiveness*. Sedangkan *prosocial personality* mencakup *emphaty, dan sense of social responsibility*.

Contoh wirausaha sosial di Indonesia Dinny Jusuf, Dinny Jusuf mengungkapkan bahwa dalam setiap benang yang menyusun tenun Toraja, ada kerja keras dan ketekunan wanita-wanita yang mewarisi seni kriya berusia ratusan tahun ini.

Sayangnya, seni menenun dari Toraja ini terancam punah karena para generasi penerus enggan mempelajarinya. Kesulitan menjual kain tenunan Toraja jadi penyebab perempuan belia di sana lebih pilih menjadi buruh migran karena memberikan penghasilan yang lebih pasti.

Dinny Jusuf tergelitik melihat fenomena yang terjadi di kampung halaman suaminya ini. Pada tahun 2007, Dinny mulai berinteraksi dengan para penenun di sana dan menggandeng mereka lewat lingkaran Toraja Melo. Dia melihat pangkal mandeknya penjualan kain tenun Toraja karena umumnya dijual dalam bentuk lembaran kepada turis yang datang, padahal saat itu kunjungan wisatawan ke Toraja sedang turun. Insting bisnis yang diasahnya selama berkarir di dunia perbankan, membuat Dinny jeli melihat celah solusi yaitu membuat produk turunan kain tenun menjadi aneka busana, seperti baju, aksesoris, dan tas. Selain memecahkan kebuntuan di sisi penjualan, Dinny juga menggarap para penenun di sisi hulu. Toraja Melo mengadakan kelas-kelas pengembangan kepemimpinan bagi wanita pengrajin tenun.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan tipe desain komparatif. Cooper & Schindler (2014) menjelaskan bahwa tipe desain penelitian komparatif adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab-akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu.

Anggota sampel dipilih menggunakan prosedur *nonprobability sampling*. Teknik yang digunakan dalam penarikan sampel adalah *purposive sampling* dan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah metode survei dengan alat bantu kuesioner. Uji *one-way ANOVA*, menurut Ghazali (2013) *one-way ANOVA* adalah suatu prosedur untuk menguji perbedaan rata-rata/ pengaruh perlakuan dari beberapa populasi (lebih dari dua) dari suatu percobaan yang menggunakan satu faktor, dimana satu faktor tersebut memiliki 2 atau lebih level.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada awal penelitian, peneliti menggunakan sampel berjumlah 100 responden akan tetapi ada beberapa kuesioner yang harus dihilangkan yang disebabkan hasil yang tidak valid serta tidak reliabel. Oleh karena itu kuesioner yang dapat digunakan dalam penelitian kali ini sebanyak 70 responden.

Deskriptif Profil Responden

Berikut ini akan dideskripsikan profil responden penelitian sebagai berikut:

Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Pria	43	61%
Wanita	27	39%
Total	70	100%

Diketahui bahwa responden berjenis kelamin pria sebanyak 43 orang (61%), dan responden berjenis kelamin wanita sebanyak 27 orang (39%).

Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Presentase
21-30	10	14%
31-40	19	27%
41-50	13	19%
>50	28	40%
Total	70	100%

Diketahui responden yang mempunyai umur antara 21-30 tahun sebanyak 10 orang (14%), responden yang mempunyai umur antara 31-40 tahun sebanyak 19 orang (27%) responden yang mempunyai umur antara 41-50 tahun sebanyak 13 orang (18%), sedangkan responden yang mempunyai umur antara >50 tahun sebanyak 28 orang (40%).

Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase
SMA	24	34%
S1	23	33%
D3	23	33%
Total	70	100%

Diketahui responden yang mempunyai pendidikan terakhir SMA sebanyak 24 orang (34%), responden yang mempunyai pendidikan terakhir S1 sebanyak 23 orang (33%), sedangkan responden yang mempunyai pendidikan terakhir D3 sebanyak 23 orang (33%).

Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis usaha

Jenis Usaha	Frekuensi	Presentase
Makanan & Minuman	23	33%
Jual Beli	26	37%
Jasa	14	20%
Lainnya	7	10%
Total	70	100%

Diketahui responden yang berwirausaha dibidang makanan dan minuman sebanyak 23 orang (33%), responden yang berwirausaha dibidang jual beli sebanyak 26 orang (37%), responden yang dibidang jasa sebanyak 14 orang (20%),

sedangkan responden diluar kategori lainnya sebanyak 7 orang (10%).

Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Modal Awal

Modal Awal	Frekuensi	Presentase
1-5 Juta	31	44%
6-10 Juta	21	30%
11-15 Juta	7	10%
>15 Juta	11	16%
Total	70	100%

Diketahui responden dengan modal awal antara 1-5 juta sebanyak 31 orang (44%), responden dengan modal awal antara 6-10 juta sebanyak 21 orang (30%), responden dengan modal awal antara 11-15 juta sebanyak 7 orang (10%) dan responden dengan modal awal antara >15 juta sebanyak 11 orang (16%).

Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Omzet perbulan

Jumlah Total Produk yang Dibeli dalam Satu Kali Pembelian	Frekuensi	Presentase
1-5 juta	16	23%
6-10 juta	16	23%
11-15 jtua	8	11%
>15 juta	30	43%
Total	70	100%

Diketahui responden yang mendapatkan omzet antara 1-5 juta perbulan sebanyak 16 orang (23%), responden yang mendapatkan omzet antara 6-10 juta perbulan sebanyak 16 orang (23%), responden yang mendapatkan omzet antara 11-15 juta perbulan sebanyak 8 orang (11%), responden yang mendapatkan omzet antara >15 juta perbulan sebanyak 30 orang (43%).

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini.

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Signifikan	Keterangan
<i>Risk Taking Propensity (X1)</i>	X1.1	0.719	0.232	0.000	Valid
	X1.2	0.715	0.232	0.000	Valid
	X1.3	0.77	0.232	0.000	Valid
	X1.4	0.679	0.232	0.000	Valid
	X1.5	0.747	0.232	0.000	Valid

<i>Innovativeness (X2)</i>	X2.1	0.651	0.232	0.000	Valid
	X2.2	0.657	0.232	0.000	Valid
	X2.3	0.632	0.232	0.000	Valid
	X2.4	0.710	0.232	0.000	Valid
	X2.5	0.779	0.232	0.000	Valid
<i>Need of Achievement (X3)</i>	X3.1	0.508	0.232	0.000	Valid
	X3.2	0.698	0.232	0.000	Valid
	X3.3	0.744	0.232	0.000	Valid
	X3.4	0.728	0.232	0.000	Valid
	X3.5	0.707	0.232	0.000	Valid
<i>Need of Independence (X4)</i>	X4.1	0.619	0.232	0.000	Valid
	X4.2	0.744	0.232	0.000	Valid
	X4.3	0.656	0.232	0.000	Valid
	X4.4	0.794	0.232	0.000	Valid
<i>Proactiveness (X5)</i>	X5.1	0.728	0.232	0.000	Valid
	X5.2	0.765	0.232	0.000	Valid
	X5.3	0.734	0.232	0.000	Valid
	X5.4	0.642	0.232	0.000	Valid
<i>Emphaty (X6)</i>	X6.1	0.678	0.232	0.000	Valid
	X6.2	0.738	0.232	0.000	Valid
	X6.3	0.544	0.232	0.000	Valid
	X6.4	0.661	0.232	0.000	Valid
	X6.5	0.617	0.232	0.000	Valid
	X6.6	0.508	0.232	0.000	Valid
<i>Sense of Social Responsibility (X7)</i>	X7.1	0.487	0.232	0.000	Valid
	X7.2	0.554	0.232	0.000	Valid
	X7.3	0.484	0.232	0.000	Valid
	X7.4	0.458	0.232	0.000	Valid
	X7.5	0.431	0.232	0.000	Valid
	X7.6	0.626	0.232	0.000	Valid
	X7.7	0.584	0.232	0.000	Valid

	X7.8	0.684	0.232	0.000	Valid
	X7.9	0.316	0.232	0.008	Valid

Diketahui bahwa seluruh item pernyataan mengenai *risk taking propensity*, *innovativeness*, *need of achievement*, *need of independence*, *proactiveness*, *emphaty* dan *sense of social responsibility* yang berjumlah 38 item, mempunyai nilai r hitung $> r$ tabel, serta nilai signifikansi < 0.05 . Jadi, seluruh item pernyataan yang mengukur variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini, dinyatakan valid.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner dapat dipercaya. Dalam mengukur reliabilitas digunakan nilai *cronbach's alpha*. Jika nilai *cronbach's alpha* > 0.6 , maka kuesioner dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai kritis Alpha	Keterangan
<i>Risk taking propensity</i> (X1)	0.775	0.6	Reliabel
<i>Innovativeness</i> (X2)	0.710	0.6	Reliabel
<i>Need of achievement</i> (X3)	0.712	0.6	Reliabel
<i>Need of independence</i> (X4)	0.706	0.6	Reliabel
<i>Proactiveness</i> (X5)	0.680	0.6	Reliabel
<i>Emphaty</i> (X6)	0.687	0.6	Reliabel
<i>Sense of social responsibility</i> (X7)	0.666	0.6	Reliabel

Diketahui bahwa variabel *risk taking propensity*, *innovativeness*, *need of achievement*, *need of independence*, *proactiveness*, *emphaty* dan *sense of social responsibility* memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0.6 sehingga kuesioner yang mengukur variabel penelitian ini, dinyatakan reliabel atau konsisten dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji normalitas peneliti menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* karena jumlah $N > 50$. Berikut hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi > 0.05 ($\alpha=5\%$).

Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov

Variabel	Pendidikan	Kolmogorov-Smirnov	Sig
<i>Risk Taking Propensity</i>	SMA	0.195	0,05
	S1	0.200	0,05
	D3	0.159	

<i>Innovativeness</i>	SMA	0.167	0,05
	S1	0.078	0,05
	D3	0.137	0,05
<i>Need of achievement</i>	SMA	0.200	0,05
	S1	0.200	0,05
	D3	0.179	0,05
<i>Need of Independence</i>	SMA	0.120	0,05
	S1	0.145	0,05
	S3	0.113	0,05
<i>Proactiveness</i>	SMA	0.065	0,05
	S1	0.200	0,05
	D3	0.090	0,05
<i>Emphaty</i>	SMA	0.061	0,05
	S1	0.196	0,05
	D3	0.138	0,05
<i>Sense of social responsibility</i>	SMA	0.168	0,05
	S1	0.200	0,05
	D3	0.132	0,05

Hasil Uji Homogenitas dengan Test of homogeneity

Variabel	Sig variabel	Sig homogenitas
<i>Risk taking propensity</i>	0.161	0,05
<i>Innovativeness</i>	0.369	0,05
<i>Need of achievement</i>	0.252	0,05
<i>Need of independence</i>	0.228	0,05
<i>Proactiveness</i>	0.772	0,05
<i>Emphaty</i>	0.892	0,05
<i>Sense of social responsibility</i>	0.375	0,05

Diketahui nilai signifikansi dari *Test of homogeneity* semua variabel $> 0,05$, maka disimpulkan bahwa data penelitian ini memiliki variansi antar populasi sama.

Rata-Rata Social Entrepreneurial Personality Berdasarkan Jenis Kelamin dan Tingkat Pendidikan

Jenis Kelamin	Tingkat Pendidikan	Entrepreneurial Personality	Skala Penilaian	Prosocial Personality	Skala Penilaian
Pria	SMA	3.36	Tinggi	3.15	Cukup
	D3	3.72	Tinggi	3.59	Tinggi
	S1	3.53	Tinggi	3.67	Tinggi
Wanita	SMA	3.46	Tinggi	3.80	Tinggi
	D3	3.64	Tinggi	3.65	Tinggi
	S1	3.49	Tinggi	3.81	Tinggi

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Pria berpendidikan SMA memiliki *prosocial personality* cukup sedangkan yang lain memiliki skala penilaian tinggi hal ini dapat memungkinkan bahwa etnis Tionghoa di kota Surabaya dapat melakukan kewirausahaan sosial.

Uji hipotesis menggunakan analisis *one-way ANOVA*, bertujuan untuk mengetahui ada tidak perbedaan antar varian. Dalam uji analisis *one-way ANOVA* terdapat 2 cara untuk mengetahui adanya perbedaan antar varian.

Berdasarkan hasil Sig (5%) maupun F hitung, peneliti akan menggunakan kedua cara tersebut untuk lebih

memperkuat hasil uji *one-way* ANOVA. Langkah selanjutnya peneliti menghitung F tabel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rumus: } Df(n1) &= k - 1 & Df(n1) &= 3 - 1 = 2 \\ Df(n2) &= n - k & df(n2) &= 70 - 2 = 68 \end{aligned}$$

Didapatkan F tabel sebesar 3,13. Maka hasil uji hipotesis dapat diperoleh sebagai berikut:

Tabel Uji Signifikan ANOVA

Variabel	Sig variabel	Sig ANOVA
<i>Risk taking propensity</i>	0.048	0.05
<i>Innovativeness</i>	0.029	0.05
<i>Need of achievement</i>	0.046	0.05
<i>Need of independence</i>	0.001	0.05
<i>Proactiveness</i>	0.039	0.05
<i>Emphaty</i>	0.037	0.05
<i>Sense of social responsibility</i>	0.042	0.05

Berdasarkan hasil uji ANOVA maka didapatkan nilai Sig semua variabel < 0,05. Artinya dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antar tingkat pendidikan terakhir. Untuk memperkuat hasil uji ANOVA berdasarkan tingkat signifikan. Peneliti juga melakukan uji F sebagai berikut:

Table Uji F ANOVA

Variabel	F hitung	F tabel
<i>Risk taking propensity</i>	3.189	3,13
<i>Innovativeness</i>	3.720	3,13
<i>Need of achievement</i>	3.237	3,13
<i>Need of independence</i>	7.283	3,13
<i>Proactiveness</i>	3.415	3,13
<i>Emphaty</i>	3.467	3,13
<i>Sense of social responsibility</i>	3.331	3,13

maka didapatkan bahwa hasil uji F ANOVA sependapat dengan uji signifikan. hal ini dikarenakan semua variabel F hitung > F tabel, dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa ada perbedaan antar tingkat pendidikan terakhir. Apabila hasil ANOVA ada perbedaan maka peneliti harus melanjutkan penelitian menggunakan **Post Hoc Tests**, uji ini berguna untuk melihat golongan atau perbedaan tiap segmen atau golongan serta melihat segmen atau golongan mana yang perlakuannya lebih baik. Berikut tabel *post hoc tests* yang telah diperinci oleh peneliti sebagai berikut:

Risk Taking Propensity

Post Hoc Tests Risk Taking Propensity

Pendidikan	N	Subset for alpha = 0,05	
		1	2
S1	23	18.30	

SMA	24	19.54	19.54
D3	23		20.04
Sig		0.192	0.757

Dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir D3 memiliki karakteristik *risk taking propensity* tertinggi (20.04), hal ini dapat dikatakan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan terakhir D3 memiliki kemauan atau kecenderungan yang tinggi untuk mengambil resiko. Pada pendidikan terkahir SMA memiliki karakteristik *risk taking propensity* 19,54 diantara 2 segmen atau golongan, hal ini menunjukan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan SMA bisa cenderung mengambil resiko yang tinggi dan bisa juga tidak mau mengambil resiko yang tinggi. Sedangkan pendidikan terakhir S1 memiliki karakteristik *risk taking propensity* terendah (18.30), hal ini menunjukan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan S1 memiliki kecenderungan kurang mau untuk mengambil resiko yang tinggi.

Innovativeness

Post Hoc Tests Innovativeness

Pendidikan	N	Subset for alpha = 0,05	
		1	2
D3	23	18.52	
S1	23	20.00	20.00
SMA	24		20.13
Sig		0.068	0.980

Dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir SMA memiliki karakteristik *innovativeness* tertinggi (20.13), hal ini dapat dikatakan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan terakhir SMA memiliki daya inoasi yang tinggi untuk melakukan perubahan. Pada pendidikan terkahir S1 memiliki karakteristik *innovativeness* 20.00 diantara 2 segmen atau golongan, hal ini menunjukan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan S1 bisa melakukan perubahan dan bisa juga tidak mau melakukan perubahan. Sedangkan pendidikan terakhir D3 memiliki karakteristik *innovativeness* terendah (18.52), hal ini menunjukan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan D3 memiliki kecenderungan kurang mampu untuk melakukan perubahan.

Need of Achievement

Post Hoc Tests Need of Achievement

Pendidikan	N	Subset for alpha = 0,05	
		1	2
SMA	24	18.79	

S1	23	19.00
D3	23	20.17
Sig		0.054

Dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir D3 memiliki karakteristik *need of achievement* tertinggi (20.17), Pada pendidikan terkahir S1 memiliki karakteristik *need of achievement* 19.00. Sedangkan pendidikan terakhir SMA memiliki karakteristik *need of achievement* terendah (18.52). Akan tetapi tetap dalam satu segmen atau golongan hal ini dapat dikatakan bahwa sebenarnya ada perbedaan yang sangat sedikit satu sama lain, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua orang Tionghoa dari berbagai tingkan pendidikan terkahir memiliki semangat juang bisnis yang tinggi.

Need of Independence

Post Hoc Tests Need of Independence

Pendidikan	N	Subset for alpha = 0,05	
		1	2
S1	23	15.22	
D3	23	16.26	16.26
SMA	24		16.92
Sig		0.060	0.318

Dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir SMA memiliki karakteristik *need of independence* tertinggi (16.92), hal ini dapat dikatakan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan terakhir SMA membutuhkan kebebasan untuk berkarya atau memunculkan ide-ide dalam dirinya. Pada pendidikan terkahir D3 memiliki karakteristik *need of independence* 16,26 diantara 2 segmen atau golongan, hal ini menunjukan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan D3 bisa membutuhkan kebebasan untuk berkarya dan bisa juga tidak membutuhkan kebebasan untuk berkarya. Sedangkan pendidikan terakhir S1 memiliki karakteristik *need of independence* terendah (15.22), hal ini menunjukan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan S1 memiliki kecenderungan kurang mau mendapatkan kebebasan.

Proactiveness

Post Hoc Tests Proactiveness

Pendidikan	N	Subset for alpha = 0,05	
		1	2
S1	23	15.35	
D3	23	15.52	15.52

SMA	24		16.50
Sig		0.930	0.110

Dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir SMA memiliki karakteristik *proactiveness* tertinggi (16.50), hal ini dapat dikatakan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan terakhir SMA memiliki inisiatif untuk mendapatkan peluang yang tinggi. Pada pendidikan terkahir D3 memiliki karakteristik *proactiveness* 15,52 diantara 2 segmen atau golongan, hal ini menunjukan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan D3 bisa memiliki inisiatif untuk mendapatkan peluang yang tinggi dan bisa juga tidak inisiatif untuk mendapatkan peluang yang tinggi. Sedangkan pendidikan terakhir S1 memiliki karakteristik *proactiveness* terendah (15.35), hal ini menunjukan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan S1 memiliki kecenderungan kurang mau berinisiatif untuk mendapatkan peluang yang tinggi.

Emphaty

Post Hoc Tests Emphaty

Pendidikan	N	Subset for alpha = 0,05	
		1	2
SMA	24	13.29	
D3	23	14.96	14.96
S1	23		15.61
Sig		0.170	0.756

Dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir S1 memiliki karakteristik *emphaty* tertinggi (15.61), hal ini dapat dikatakan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan terakhir S1 memiliki pemahaman perasaan terhadap orang lain maupun lingkungan sekitar. Pada pendidikan terkahir D3 memiliki karakteristik *emphaty* 14,96 diantara 2 segmen atau golongan, hal ini menunjukan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan D3 bisa memiliki pemahaman perasaan terhadap orang lain maupun lingkungan sekitar dan bisa juga tidak memiliki pemahaman perasaan terhadap orang lain maupun lingkungan sekitar. Sedangkan pendidikan terakhir SMA memiliki karakteristik *emphaty* terendah (13.29), hal ini menunjukan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan SMA memiliki kecenderungan kurang mau memiliki memahami perasaan terhadap orang lain maupun lingkungan sekitar.

Sense of Social Responsibility

Post Hoc Tests Sense of Social Responsibility

Pendidikan	N	Subset for alpha = 0,05	
		1	2
SMA	24	19.58	
D3	23	21.26	21.26
S1	23		22.09
Sig		0.217	0.685

Dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir S1 memiliki karakteristik *sense of social responsibility* tertinggi (22.09), hal ini dapat dikatakan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan terakhir S1 memiliki rasa tanggung jawab terhadap lingkungan serta orang disekitar yang tinggi. Pada pendidikan terakhir D3 memiliki karakteristik *sense of social responsibility* 21,26 diantara 2 segmen atau golongan, hal ini menunjukkan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan D3 bisa memiliki rasa tanggung jawab terhadap lingkungan serta orang disekitar dan bisa juga tidak memiliki rasa tanggung jawab terhadap lingkungan serta orang disekitar. Sedangkan pendidikan terakhir SMA memiliki karakteristik *sense of social responsibility* terendah (19.58), hal ini menunjukkan bahwa orang Tionghoa yang berpendidikan SMA memiliki kecenderungan kurang mampu memiliki rasa tanggung jawab terhadap lingkungan serta orang disekitar.

4.7 Pembahasan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel dependent atau *social entrepreneurial personality* (*risk taking propensity*, *innovativeness*, *need of achievement*, *need of independence*, *proactiveness*, *emphaty*, dan *sense of social responsibility*) secara bersama-sama memiliki adanya perbedaan yang signifikan terhadap *factor list* atau tingkat pendidikan terakhir (SMA, S1, dan D3). Berikut adalah pembahasan dari masing-masing variabel:

4.7.1 Perbedaan Risk Taking Propensity berdasarkan Tingkat Pendidikan

Risk-taking propensity adalah kemauan wirausaha untuk mendukung proyek-proyek inovatif dan mengandung risiko walaupun hasil akhir dari tindakan tersebut tidak bisa diketahui dengan pasti (Wiklund dan Shepherd, 2005). Dalam penelitian ini, *risk taking propensity* memiliki adanya perbedaan yang signifikan dengan tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di kota Surabaya. Hal ini berarti bahwa tingkat kemauan untuk mengambil resiko tiap orang berbeda-beda berdasarkan tingkat pendidikan terakhir. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian dari Bhandari dan Deaves (2006) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan semakin tinggi juga toleransi terhadap resiko. Pada penelitian ini menunjukkan tingkat pendidikan D3 memiliki signifikan yang lebih tinggi dilanjutkan oleh tingkat pendidikan SMA dan yang terakhir tingkat pendidikan S1. Akan tetapi, hipotesis yang ada perbedaan yang signifikan kepribadian *risk*

taking propensity antar tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di Kota Surabaya diterima.

4.7.2 Perbedaan Innovativeness antar Tingkat Pendidikan

Innovativeness adalah kemampuan untuk menghasilkan inovasi terus menerus (Goldsmith & Foxall, 2003). Dalam penelitian ini, *innovativeness* memiliki adanya perbedaan yang signifikan dengan tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di kota Surabaya. Hal ini berarti bahwa tingkat daya inovasi tiap orang berbeda-beda berdasarkan tingkat pendidikan terakhir. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian dari Soekartawi (1988) dalam Lestari, W. Syafril, H. dan Nahri (2009) yang menyatakan bahwa petani yang berpendidikan tinggi relatif lebih cepat melaksanakan adopsi inovasi dan berpendidikan yang tinggi cenderung lebih terbuka untuk menerima dan mencoba hal-hal yang baru. Pada penelitian ini menunjukkan tingkat pendidikan SMA memiliki signifikan yang lebih tinggi dilanjutkan oleh tingkat pendidikan S1 dan yang terakhir tingkat pendidikan D3. Akan tetapi, hipotesis yang ada perbedaan yang signifikan kepribadian *innovativeness* antar tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di Kota Surabaya diterima.

4.7.3 Perbedaan Need of Achievement berdasarkan Tingkat Pendidikan

Need for achievement adalah dorongan atau keinginan yang kuat dalam diri individu untuk melaksanakan tugas sesuai dengan standar keberhasilan yang telah ditentukan (McClelland, 1987). Dalam penelitian ini, *need of achievement* memiliki adanya perbedaan yang signifikan dengan tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di kota Surabaya. Hal ini berarti bahwa kebutuhan akan prestasi tiap orang berbeda-beda berdasarkan tingkat pendidikan terakhir. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Wicaksono (2013) yang menyatakan pendidikan kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi berwirausaha pada mahasiswa STKIP PGRI Ngawi, hal ini berarti tingkat pendidikan mempengaruhi motivasi mahasiswa. Pada penelitian ini menunjukkan semua tingkat pendidikan memiliki adanya pengaruh terhadap *need of achievement*. Dengan demikian, hipotesis yang ada perbedaan yang signifikan kepribadian *need of achievement* antar tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di Kota Surabaya diterima.

4.7.4 Perbedaan Need of Independence berdasarkan Tingkat Pendidikan

need for independence adalah kebebasan menentukan pilihan tanpa tergantung pada pihak lain. (Gelderen & Jansen, 2006). Dalam penelitian ini, *need of independence* memiliki adanya perbedaan yang signifikan dengan tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di kota Surabaya. Hal ini berarti bahwa kebutuhan akan kebebasan tiap orang berbeda-beda berdasarkan tingkat pendidikan terakhir. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Muskin (2016) yang menyatakan bahwa kelompok pemuda yang berlatar belakang pendidikan tinggi justru menunjukkan minat yang lebih rendah kepada pengusaha. Salah satu indikatornya adalah lemahnya kepercayaan diri untuk berwirausaha, keinginan yang kuat untuk menjadi karyawan atau PNS, dan persepsi yang kurang positif terhadap wirausaha

Hal ini berarti semakin tinggi pendidikan seseorang semakin rendah tingkat kepercayaan diri untuk menjadi wirausaha. Pada penelitian ini menunjukkan tingkat pendidikan SMA memiliki signifikan yang lebih tinggi dilanjutkan oleh tingkat pendidikan D3 dan yang terakhir tingkat pendidikan S1. Dengan demikian, hipotesis yang ada perbedaan yang signifikan kepribadian *need of independence* antar tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di Kota Surabaya diterima.

4.7.5 Perbedaan *Proactiveness* berdasarkan Tingkat Pendidikan

Proactiveness adalah sebagai pengambilan inisiatif untuk meningkatkan keadaan yang ada (Crant, 2000). Dalam penelitian ini, *proactiveness* memiliki adanya perbedaan yang signifikan dengan tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di kota Surabaya. Hal ini berarti bahwa kemampuan proaktif tiap orang berbeda-beda berdasarkan tingkat pendidikan terakhir. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian dari Purdi (2001) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan maka seseorang semakin mampu untuk mengidentifikasi peluang.

Pada penelitian ini menunjukkan tingkat pendidikan SMA memiliki signifikan yang lebih tinggi dilanjutkan oleh tingkat pendidikan D3 dan yang terakhir tingkat pendidikan S1. Akan tetapi, hipotesis yang ada perbedaan yang signifikan kepribadian *proactiveness* antar tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di Kota Surabaya diterima.

4.7.6 Perbedaan *Empathy* berdasarkan Tingkat Pendidikan

Empathy merupakan kemampuan untuk merasakan keadaan emosional orang lain, merasa simpatik, dan mencoba menyelesaikan masalah serta mengambil perspektif orang lain (Baron & Byrne, 2005). Dalam penelitian ini, *emphaty* memiliki adanya perbedaan yang signifikan dengan tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di kota Surabaya. Hal ini berarti bahwa empati tiap orang berbeda-beda berdasarkan tingkat pendidikan terakhir. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari variable *proactiveness* menunjukkan untuk melihat peluang diperlukan kecerdasan emosional, bahwa untuk dapat mengidentifikasi peluang harus memiliki rasa empati serta adanya kecerdasan emosi dimana kecerdasan emosional memiliki pengaruh dengan tingkat pendidikan. Dees (2001) dalam Durieux dan Stebbins (2010) menyatakan bahwa ketika orang lain melihat masalah, wirausaha sosial melihat sebagai peluang. Serta ada kaitannya dengan pendidikan dari hasil penelitian Sukirno (1999) dalam Bulo (2002) mengungkapkan dengan tambahan pengalaman belajar di pendidikan tinggi akuntansi maka diasumsikan kecerdasan emosi seorang mahasiswa akan lebih baik dibanding pemuda sebayanya yang tidak pernah belajar di lembaga pendidikan tinggi.

Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan semakin tinggi kecerdasan emosi yang akan mempengaruhi kemampuan untuk melihat peluang usaha yang ada disekitar. Pada penelitian ini terbukti dalam tabel 4.40 menunjukkan tingkat pendidikan S1 memiliki signifikan yang lebih tinggi dilanjutkan oleh tingkat pendidikan D3 dan yang terakhir tingkat pendidikan SMA, hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan mempengaruhi empati seseorang. Dengan

demikian, hipotesis yang ada perbedaan yang signifikan kepribadian *empathy* antar tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di Kota Surabaya diterima.

4.7.7 Perbedaan *Sense of Social Responsibility* berdasarkan Tingkat Pendidikan

Sense of social responsibility adalah usaha suatu bisnis untuk menyeimbangkan komitmennya terhadap kelompok dan individu dalam lingkungannya, termasuk konsumen, bisnis lain/pesaing, karyawan, dan investor (Griffin & Ebert, 2002). Dalam penelitian ini, *sense of social responsibility* memiliki adanya perbedaan yang signifikan dengan tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di kota Surabaya. Hal ini berarti bahwa tingkat tanggung jawab sosial tiap orang berbeda-beda berdasarkan tingkat pendidikan terakhir. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Putri dan Gede (2014) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan auditor maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap kualitas audit seorang auditor, hal ini memberikan suatu gambaran dimana tingkat pendidikan yang dimiliki seorang akan meningkatkan kualitasnya, karena dengan jenjang pendidikan yang tinggi, hal ini berkecenderungan kuat akan meningkatkan wawasan serta kemampuan seorang untuk memegang tanggung jawab serta meningkatkan perannya dalam menjalankan tugasnya. Pada penelitian ini menunjukkan tingkat pendidikan S1 memiliki signifikan yang lebih tinggi dilanjutkan oleh tingkat pendidikan D3 dan yang terakhir tingkat pendidikan SMA, hal ini menunjukkan ada tingkat pendidikan mempengaruhi rasa tanggung jawab sosial seseorang. Dengan demikian, hipotesis yang ada perbedaan yang signifikan kepribadian *sense of social responsibility* antar tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di Kota Surabaya diterima.

4.7.8 Pengaruh Pendidikan terhadap *Social Entrepreneurial Personality*

Pada hasil penelitian diatas, menunjukkan bahwa tingkat pendidikan tidak mempengaruhi karakteristik pada bagian *entrepreneurial personality*, hal itu menunjukkan bahwa etnis Tionghoa dapat berwirausaha walaupun tidak memiliki pendidikan yang tinggi. Namun tingkat pendidikan mempengaruhi *prosocial personality* pada etnis Tionghoa. Hal itu menunjukkan untuk menjadi wirausaha sosial diperlukan tingkat pendidikan yang tinggi. Hal itu dikarenakan dengan tingkat pendidikan yang tinggi seseorang dapat menerima wawasan lebih banyak, lebih mengerti aspek-aspek yang berhubungan dengan berwirausaha, dan meningkatkan kecerdasan emosional seseorang, dimana kecerdasan emosional mempengaruhi rasa emosional seseorang. *Prosocial personality* merupakan inti bagian dari *social entrepreneurial personality* yang membahas tentang kepedulian sosial, pemberantas masalah sosial, tanggung jawab sosial yang merupakan tujuan dari kewirausahaan sosial.

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menunjukkan ada perbedaan kepribadian *risk taking propensity* antar tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di Kota Surabaya

2. Hipotesis kedua menunjukkan ada perbedaan kepribadian *innovativeness* antar tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di Kota Surabaya
3. Hipotesis ketiga menunjukkan ada perbedaan kepribadian *need of achievement* antar tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di Kota Surabaya
4. Hipotesis keempat menunjukkan ada perbedaan kepribadian *need of independence* antar tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di Kota Surabaya
5. Hipotesis kelima menunjukkan ada perbedaan kepribadian *proactiveness* antar tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di Kota Surabaya
6. Hipotesis keenam ada perbedaan kepribadian *emphaty* antar tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di Kota Surabaya
7. Hipotesis ketujuh ada perbedaan kepribadian *sense of social responsibility* antar tingkat pendidikan terakhir etnis Tionghoa di Kota Surabaya.

5.1 Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan simpulan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Wirausaha Etnis Tionghoa
 - A) Peneliti berharap bagi wirausaha etnis Tionghoa untuk memahami atau mempelajari kewirausahaan sosial, karena masih banyak orang yang salah mengartikan kewirausahaan sosial. Hal ini disebabkan karena ada unsur sosial yang mempunyai persepsi bahwa wirausaha sosial hanya untuk orang sadar moral. Kata sosial bukan berarti seseorang wirausaha sosial tidak mendapat keuntungan, akan tetapi wirausaha sosial mendapatkan keuntungan dengan cara memecahkan masalah sosial yang terjadi disekitar.
 - B) Berdasarkan rata-rata *social entrepreneurial personality* menunjukkan hasil skala penilaian yang tinggi baik berjenis kelamin pria maupun wanita dan berpendidikan SMA, D3, dan S1. Oleh karena itu sangat diharapkan apabila wirausaha etnis Tionghoa di Kota Surabaya dapat memulai tindakan sosial dimulai dengan berelasi baik dengan lingkungan sekitar, ikut berperan dalam menjaga kelestarian lingkungan, dapat saling membantu untuk menjaga keadilan sosial (tidak menindas dan memeras kaum miskin), dapat membantu orang yang berkekurangan, dan menyumbangkan sebagian laba untuk kepentingan sosial.
2. Bagi penelitian berikutnya:
 - A) Peneliti juga mengaharapkan peneliti serupa dapat dilakukan dengan cara memperkaya topik tersebut dengan menambah variabel-variabel lain yang dapat diukur, sehingga dapat menghasilkan pengetahuan baru mengenai kewirausahaan sosial di Indonesia
 - B) Mengingat jumlah pertanyaan dalam kuesioner terlalu banyak, sebaiknya peneliti selanjutnya lebih meningkatkan hubungan lebih baik dan

tidak memaksakan kepada responden untuk bersedia menjadi sampel penelitian. Hal tersebut peneliti sarankan karena peneliti menyadari bahwa tidak seluruh jumlah wirausaha di Kota Surabaya bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner. Oleh karena itu, apabila menemukan subjek yang tidak sepenuh hati meluangkan waktu, maka carilah responden yang benar-benar dapat meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Baron, R. A. dan Byrne, D. (2005). *Psikologi Sosial. Jilid 2. Alih Bahasa: Ratna Djuwita. Edisi Kesepuluh*. Jakarta, Indonesia: Erlangga
- Bhandari, G. And Richard, D. (2006). "The Demographics of Overconfidence", *The Journal of Behavioral Finance*, Vol. 7(1): 5-11.
- Cooper, D.R. dan Schindler, P.S. (2014). *Business Research Methods*. New York, USA: McGraw-Hill.
- Crant, J. M. (2000). Proactive behavior in organizations. *Journal of Management*, 26: 435-462.de
- Destianto, Luthfi. (2015, Juni 24). "Kewirausahaan Sosial: Solusi Kemiskinan di Indonesia" by Kompasiana.com. Retrieved from http://www.kompasiana.com/luthfidestanto/kewirausahaan-sosial-solusi-kemiskinan-di-indonesia_552a44fd6ea8340f70552cfc
- Putri, Putu, S., dan Juliarsa, G. (2014). Pengaruh Independensi, Profesionalisme, Tingkat Pendidikan, Etika Profesi, Pengalaman, dan Kepuasan Kerja Auditor Terhadap Kualitas Audit Pada Kantor Akuntan Publik di Bali. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 2014 no 41-58. ISSN: 2302-8556*.
- Gelderens, M,V, and Paul Jansen, (2006) "Autonomy as a start-up motive", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 13 Iss: 1, pp.23 – 32
- Ghozali, Imam. (2013). "Aplikasi Analisis Multivariat dengan program (Edisi ketujuh)". Semarang, Indonesia: Universitas Diponegoro
- Goldsmith, R. E., and Foxall, G. R. (2003), "The measurement of Innovativeness", in Shavinina L.V. (Ed.), *The International Handbook of Innovation, Elsevier Science, Oxford*, pp.321- 8.
- Griffin, R. W. dan Ronald J. Ebert. (2002). *Business. Sixth Edition. Pearson International Edition*. United Kingdom: Prentice Hall Inc.
- Hutari, Fandy. (2015, April 24). "Belajar dari Pengusaha Sukses yang Tak Pernah Jadi Sarjana" by Seputarukm.com. Retrieved from <http://www.seputarukm.com/belajar-dari-pengusaha-sukses-yang-tak-pernah-jadi-sarjana/>

- Lestari, W. Syafril, H. dan Nahri (2009). "Tingkat Adopsi Inovasi Peternak dalam Beternak Ayam Broiler di Kecamatan Bajubang Kabupaten Batang Hari", *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Peternakan*, Vol. XII. No.1.
- Lim, Sing Meij. (2009). *Ruang Sosial Baru Perempuan Tionghoa (Sebuah Kajian Pascakolonial)*. Jakarta, Indonesia: Yayasan Obor Indonesia.
- McClelland, D.C. (1987). *Human Motivation*. New York, USA: Cambridge University Press.
- Musianto, S. L. (2003). Peran Orang Tionghoa dalam Perdagangan dan Hidup Perekonomian dalam Masyarakat. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 5, No. 2, September 2003: 193 – 206. Jurusan Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra.
- Muskin. (2016). "Development Needs of Entrepreneurial in Youth", *jurnal ilmiah Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember*, ISBN 978-602-60569-2-4.
- Rambat, Lupiyoadi. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta, Indonesia: Salemba Empat.
- Riyanti.B.P.D. (2003). *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang. Psikologi Kepribadian*. Jakarta, Indonesia: Grasindo.
- Seng, Ann Wan. (2008). *Rahasia Bisnis Cina. Cetakan VIII*, Jakarta, Indonesia: Hikmah
- Sulaiman, S.R. (2015, April 1). "Social entrepreneurship, perpaduan bisnis dan sosial ala IDEAFEST 2015" by Kompas.com. Retrieved from <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2015/04/01/184848226/Social.Entrepreneurship.Perpaduan.Bisnis.dan.Sosial.ala.IDEAFEST.2015>
- Bulo, William. (2002). Pengaruh Tingkat Pendidikan Tinggi Terhadap Kecerdasan Emosional. *Jurnal psikologi FE UGM. Yogyakarta 2002, NO. 2, 89 - 111. ISSN: 0215 – 8884*.
- Triatmodjo, B. (2013, Februari 20). Uang Kuliah Tunggal by Kompas.com. Retrieved from <http://edukasi.kompas.com/read/2013/02/20/1521594/uang.kuliah.tunggal>
- Volkman, C.K., Tokarski, K.O., & Ernst, K. (2012). "Social Entrepreneurship and Social Business". Fachmedien Wiesbaden: Germany: Springer Gabler.
- Wibowo Hery & Nulhaqim, S.A. (2015). *Kewirausahaan Sosial: "Merevolusi Pola Pikir dan Menginisiasi Mitra Pembangunan Kontemporer"*. Lembang, Indonesia: UnpadPress
- Wiklund, J. And Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: A Configurational Approach. *Journal of Business Venturing*.20, 71-91.
- Wicaksono. (2013). "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa STKIP PGRI Ngawi", *Jurnal*
- Ilmiah STKIP PGRI Ngawi*, Vol. XI No.1 Juni 2013/iSSN 1979 – 9225.